



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Gracias anticipadas porque

- Has venido.
- Escuchas.
- Apagas el teléfono celular.
- Participas.
- Me dices si la cosa no va bien.
- Me interrumpes si me voy por las ramas.
- De veras, muchas gracias.



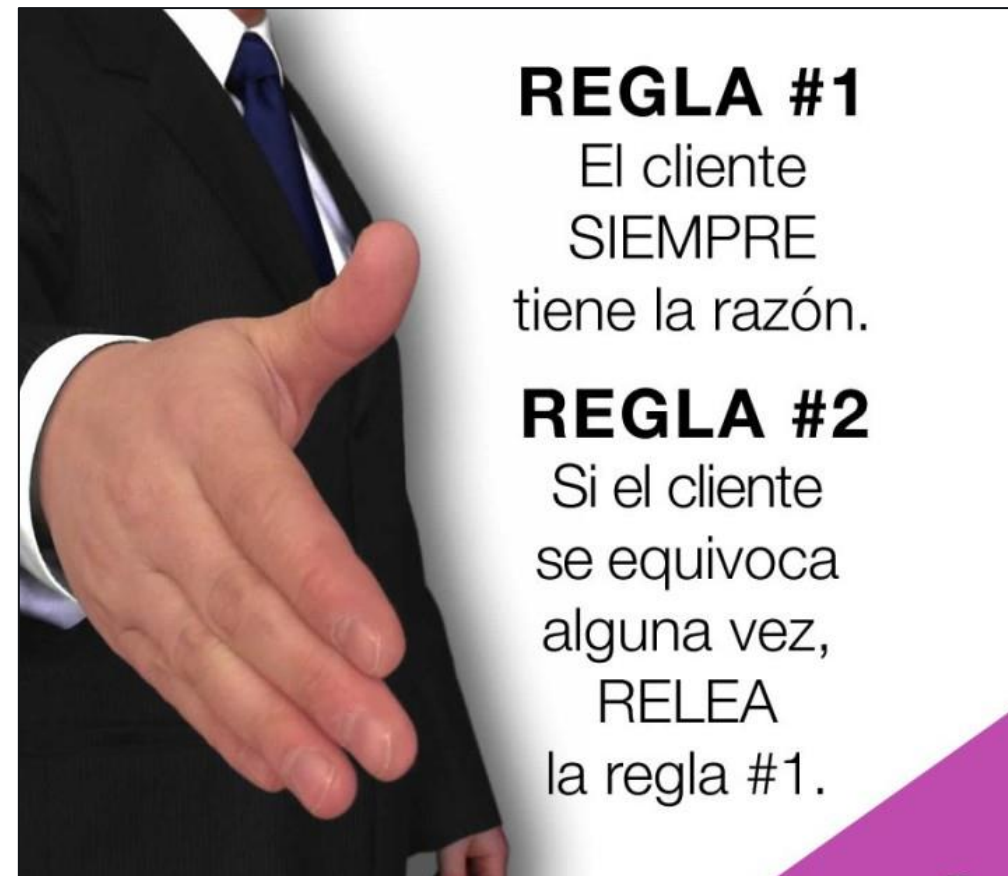
SERVICIO AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO



03 de mayo, 2024

Expositor:
Dr. Felix del Rosario Avalos

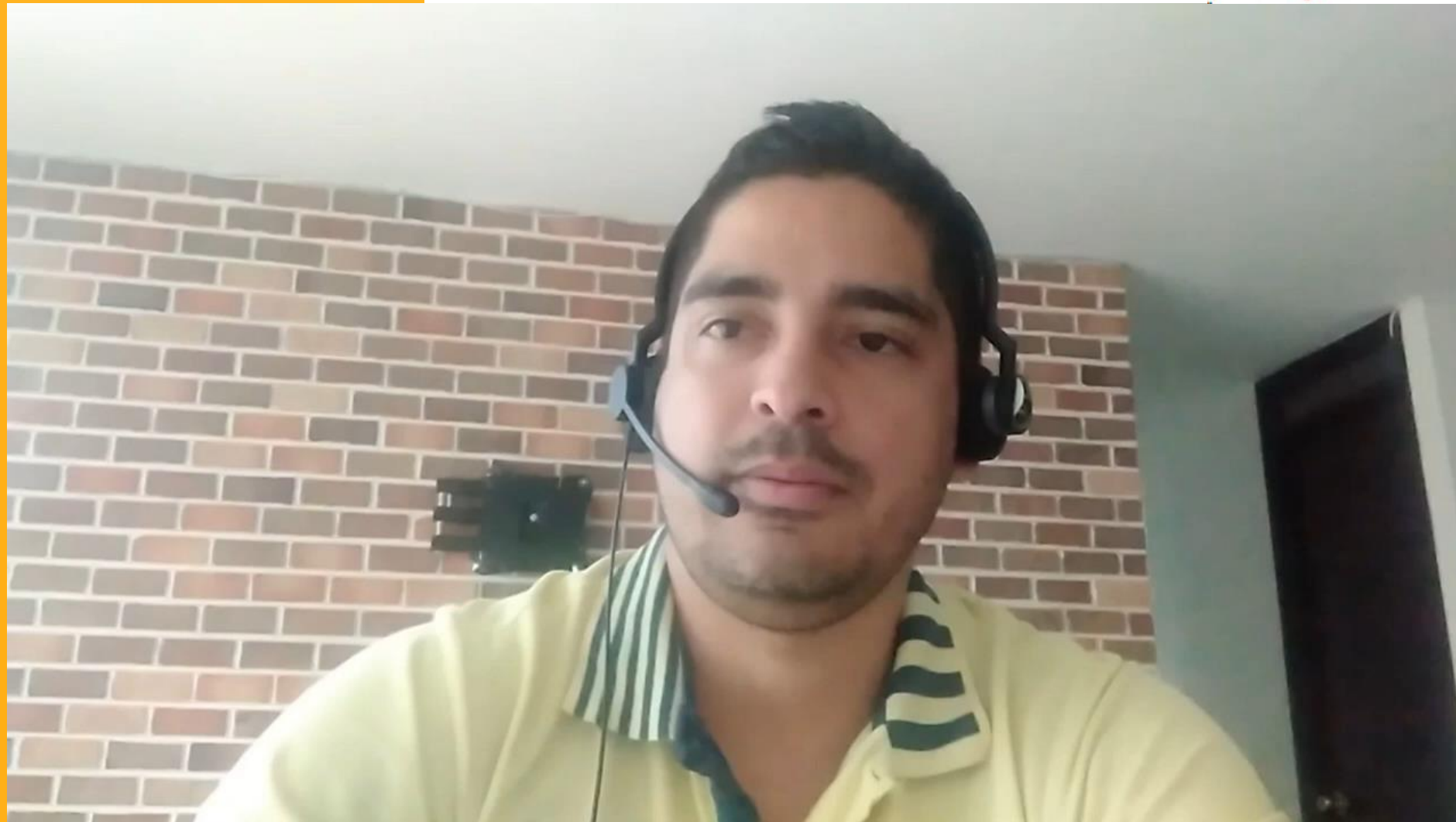




EL MUNDO “REAL”



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES



CLIENTE

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización.

(Thompson, 2009)



SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

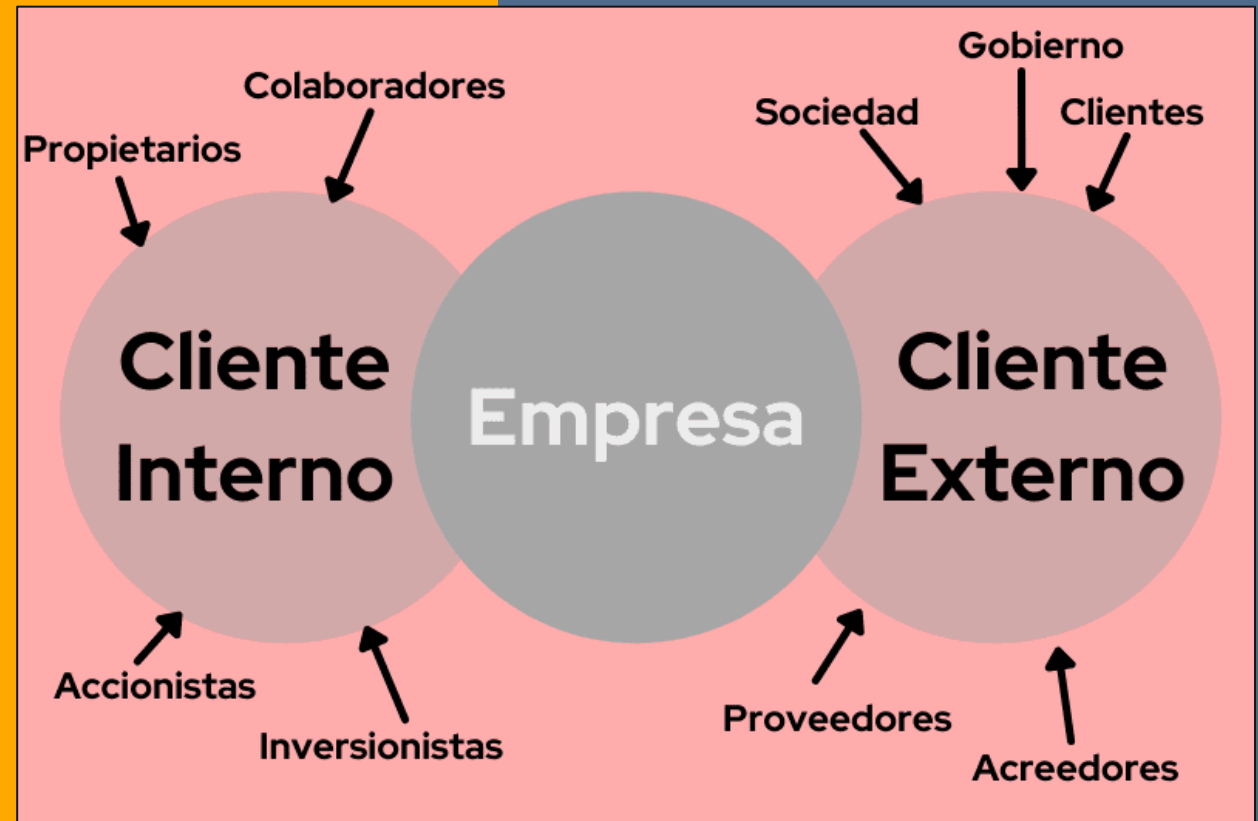


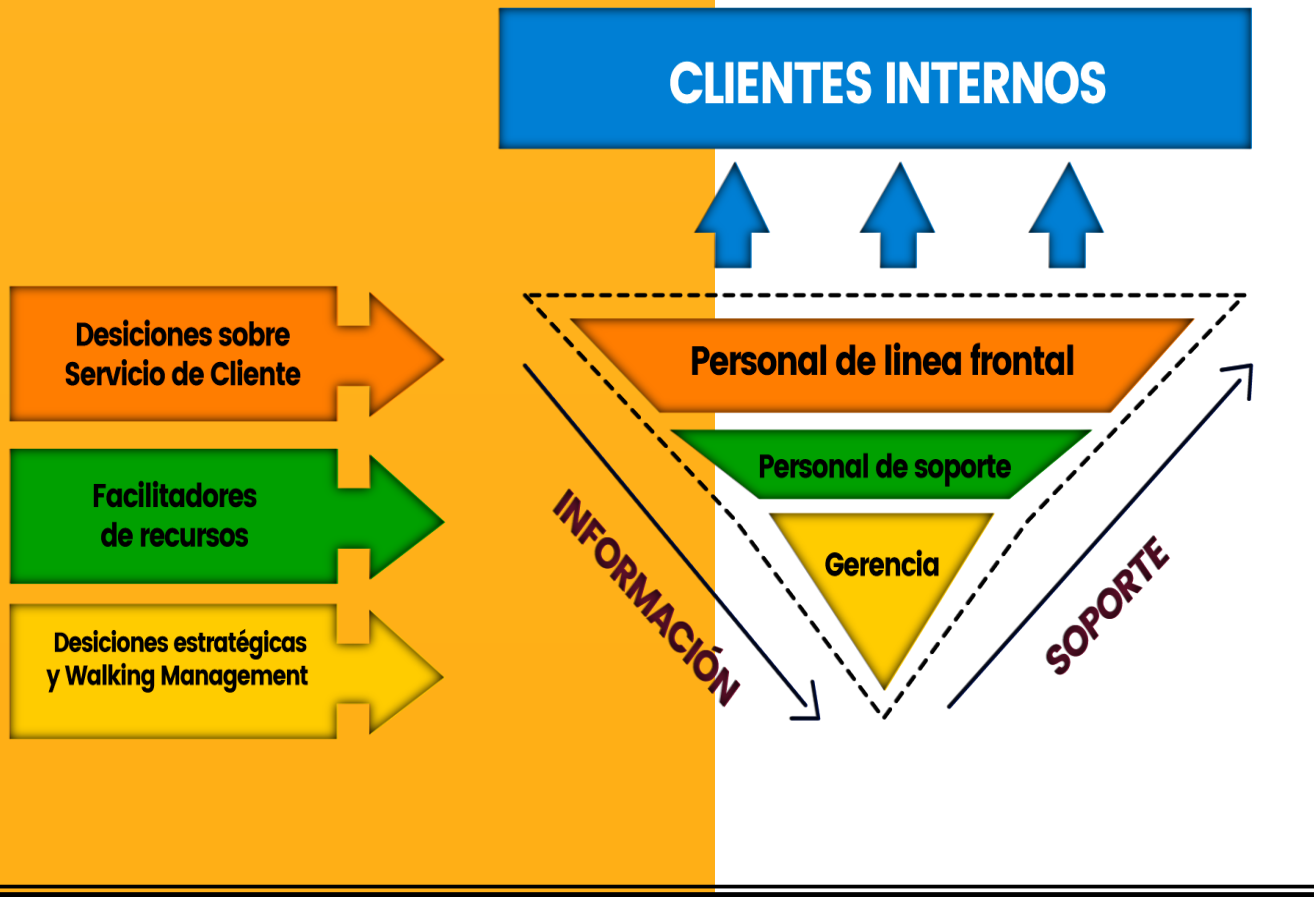
Philip Kotler define la satisfacción del cliente como "la sensación de placer o decepción de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a sus expectativas"

TIPOS DE CLIENTE

Hay dos tipos principales de clientes.
Estos son:

1. Clientes Externos: que provienen de fuera del negocio que brinda un producto o servicio.
2. Clientes Internos: que están en la misma organización que la persona que brinda un producto o servicio.





Clientes Internos: Empleados, gerentes y accionistas. Son esenciales para mantener un ambiente laboral positivo y una cultura organizacional fuerte.

Clientes Externos: Consumidores, clientes de negocios y socios. Su percepción de la empresa influencia directamente el éxito en el mercado.

CLIENTE INTERNO VS. CLIENTE EXTERNO

CLIENTE INTERNO

La interacción entre los departamentos o servicios crea «clientes internos» en la organización.

El «cliente interno» puede definirse como un miembro, departamento o servicio de la propia organización que espera que otro miembro de la misma organización proporcione productos o servicios que a su vez se utilizan para crear un entregable para el «cliente externo».





IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO

Es uno de los principales agentes para generar valor al consumidor final. Su trabajo, sea en atención al cliente, marketing, ventas o TI, contribuye para elevar la experiencia del cliente.

Representa a la empresa, porque es exactamente el conjunto de sus trabajos los que hacen el nombre de una marca en el mercado.

MOTIVACIÓN DEL CLIENTE INTERNO

El cliente interno es estimulado por un ambiente de trabajo acogedor y cómodo. Es decir, valora trabajar en una compañía que se preocupe por su salud física y mental.

También se siente motivado al percibir que la compañía en la que trabaja invierte en productos o en soluciones que facilitan y optimizan su labor.



SERVICIO AL CLIENTE



El “servicio al cliente” es un equipo que ayuda a los clientes a resolver los problemas que encuentran con los productos o servicios de una empresa.

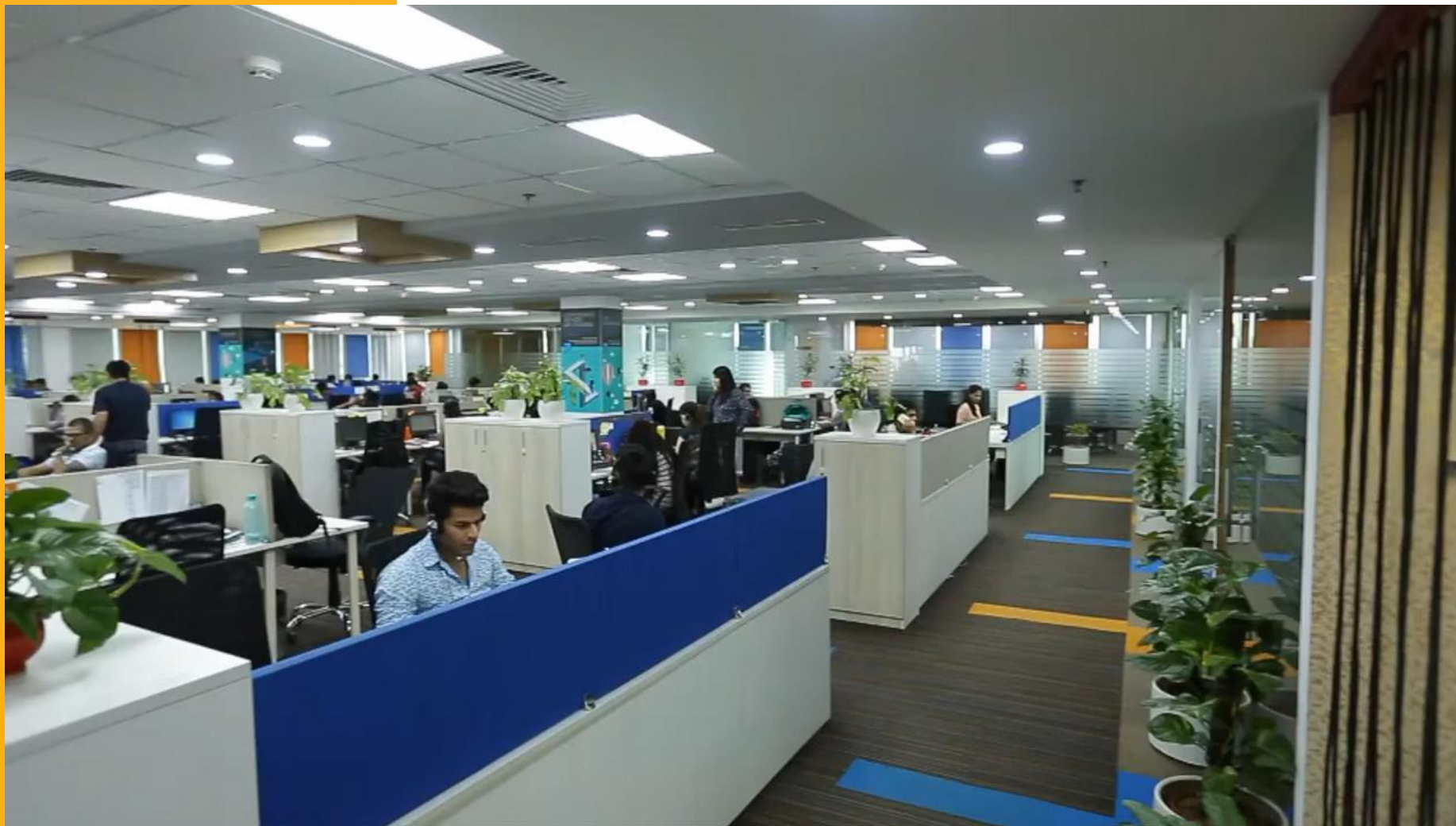
Como representante de atención al cliente, puedes ayudar a un cliente antes o después de que realice una compra.

SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO



- **Optimizar la comunicación interna.**
- **Estandarizar los procesos.**
- **Medir el desempeño del colaborador.**
- **Adoptar una buena solución tecnológica.**

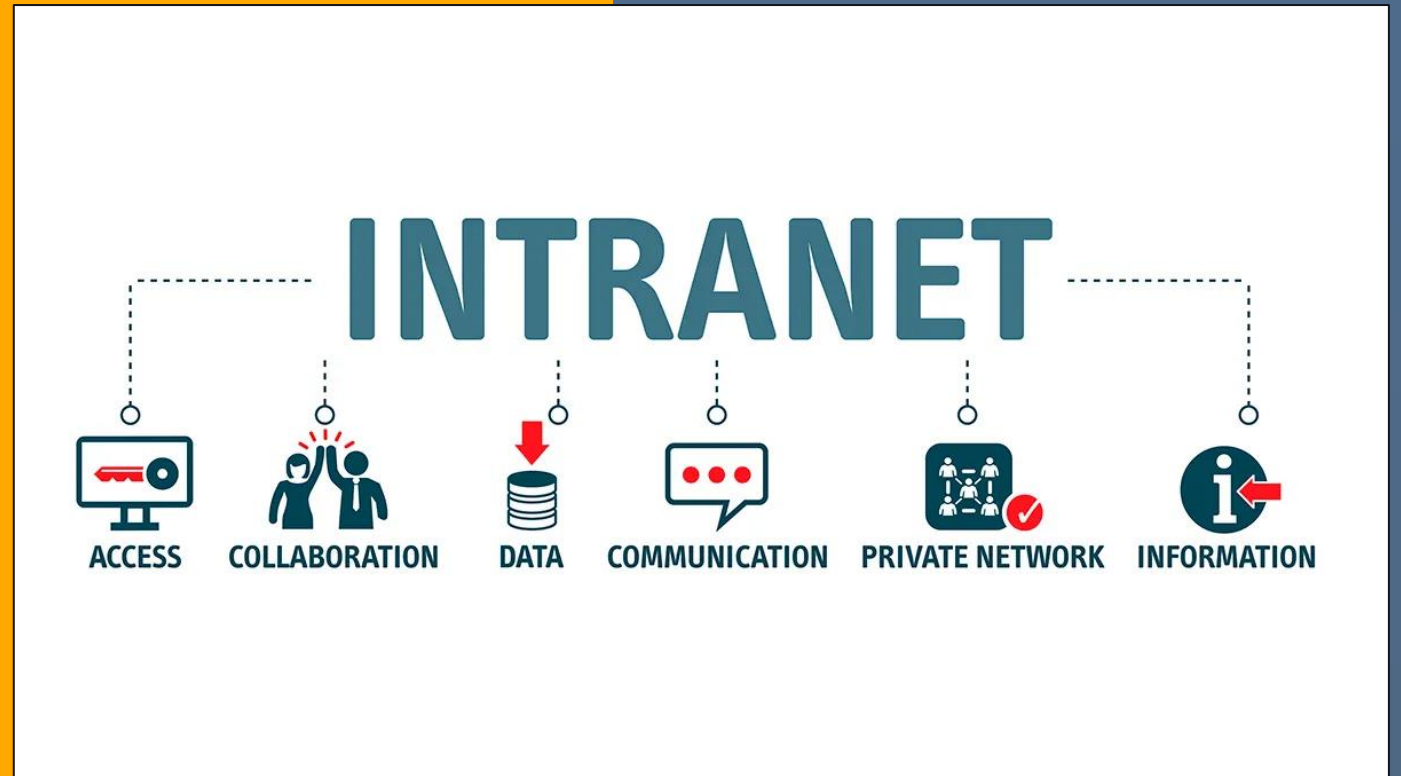
EL TRABAJO EN UN CC



OPTIMIZAR LA COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna alinea las expectativas del colaborador y de la empresa.

Además, minimiza los efectos de una crisis, porque al conocer realmente la realidad del negocio y sus proyecciones de mejoría, la comunicación interna contribuye a unir a los funcionarios en pro del negocio.



ESTANDARIZAR LOS PROCESOS

Para optimizar tu Call Center necesitas:



Darle a tus agentes acceso a datos de clientes



Utilizar el enrutamiento inteligente de llamadas



Invertir en la formación continua de agentes



Brindar herramientas amigables al equipo



Analizar la data derivada de llamadas

La estandarización de procesos no sólo organiza, sino que también facilita el día a día de los colaboradores, pues minimiza la cantidad de retrabajos y mantiene metas y entregas alineadas.

En ese sentido, la comunicación organizacional también se hace fundamental.

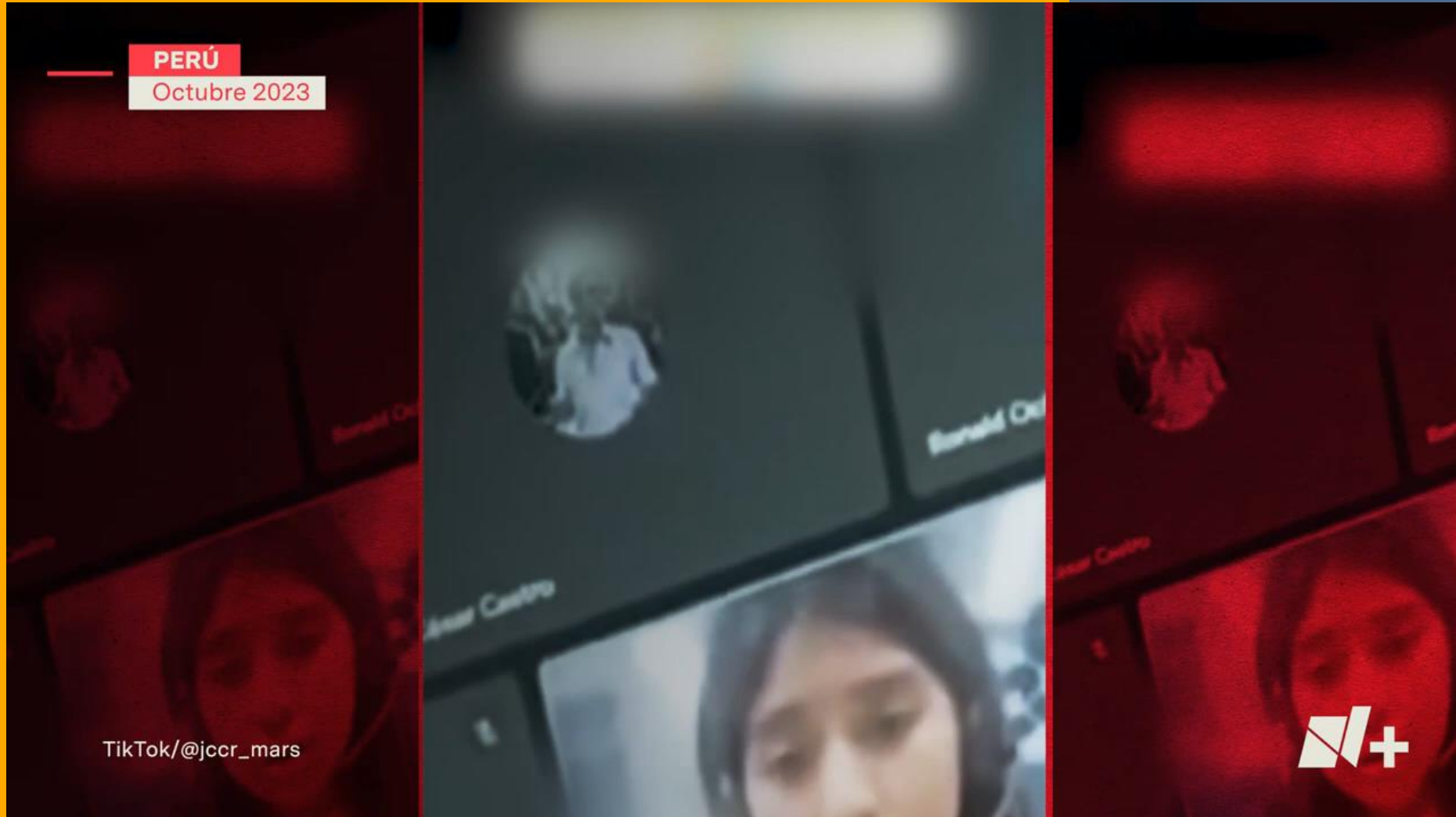
MEDIR EL DESEMPEÑO DEL COLABORADOR

Traza objetivos y monitorea su cumplimiento utilizando los KPI. Los KPI no sólo son importantes desde el punto de vista de la empresa, ellos también contribuyen a la satisfacción del cliente externo, porque los feedbacks se vuelven más asertivos y coherentes, de esa manera, su trabajo se vuelve más efectivo.

5 KPIs para todo Call Center



MEDIR EL DESEMPEÑO DEL COLABORADOR



ADOPTA UNA BUENA SOLUCIÓN TECNOLÓGICA

SOFTWARE PARA **CALL CENTER**

**6 CARACTERÍSTICAS ESENCIALES*



Distribuidor de llamadas



Enrutamiento



Marcador predictivo



Gestión de contactos



Monitorización



Respuesta de voz interactiva

Un software de calidad ayuda a mantener el flujo de información alineado, estandariza procesos más simples, y así, contribuye tanto a mejorar la satisfacción del cliente interno como a elevar la atención al cliente externo.

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO



CARACTERÍSTICAS

Contacto Inicial:

- Saludar cordial y amablemente.
- Mantener una imagen personal impecable.
- Disponibilidad para atender con entusiasmo.



CARACTERÍSTICAS

Durante el Servicio:

- Saber escuchar.
- Tener paciencia.
- Saber preguntar.
- Dar información precisa.
- Conocer el producto.
- Disposición permanente.



IMPORTANCIA

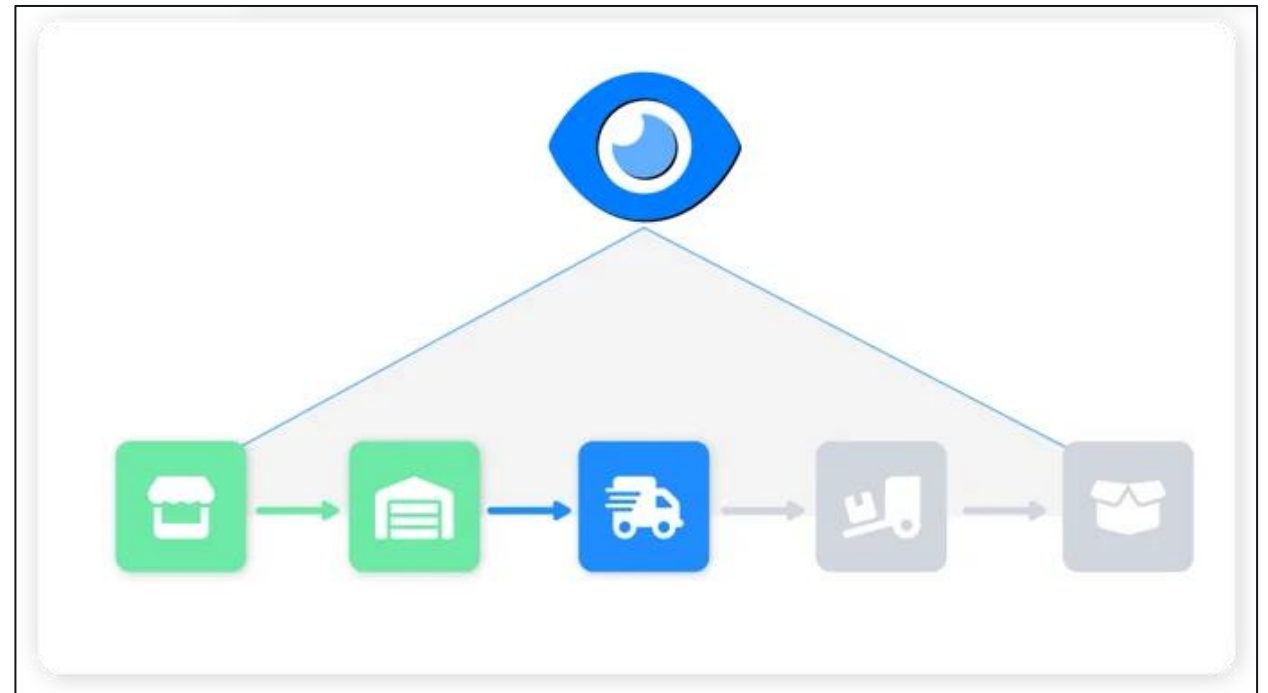
A medida que aumenta la competencia, una estrategia enfocada en el trato y servicio al cliente, sirve como un poderoso diferenciador.

Para las empresas que buscan expandirse globalmente, una excelente estrategia de venta y servicio al cliente externo acelera su crecimiento múltiple.



01. PROPORCIONAR VISIBILIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

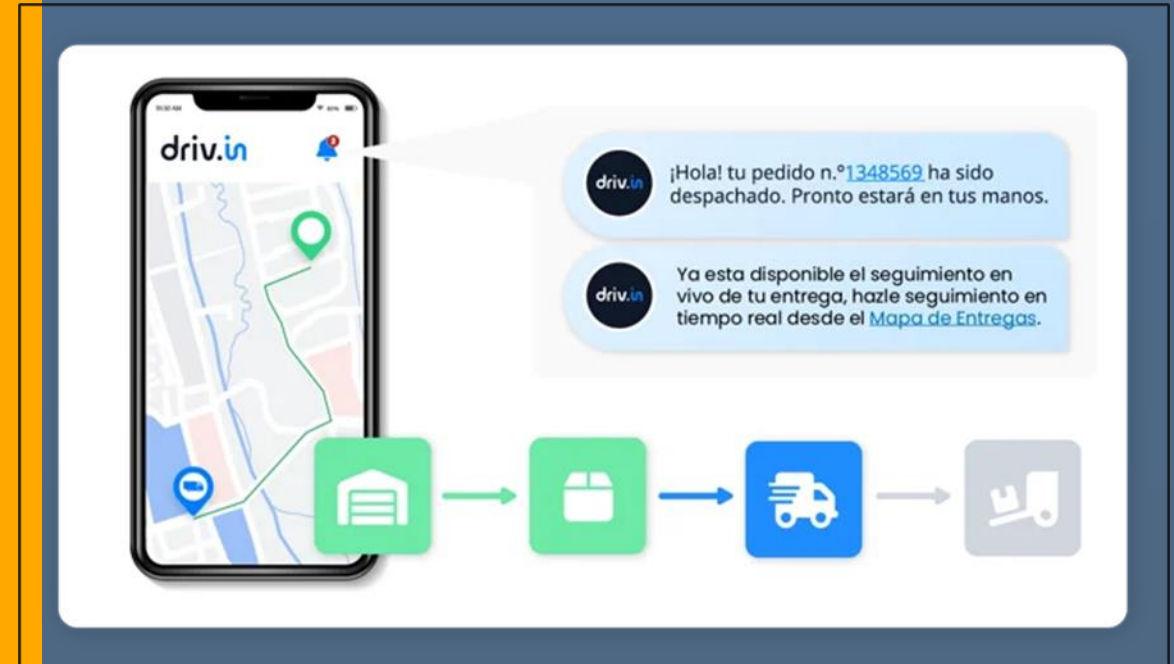
La transparencia, dentro de las estrategias para mejorar el servicio al cliente externo, ayuda a las empresas a establecer confianza con los clientes y clientes potenciales. Cuanto más sepan sobre su negocio, más cómodos se sentirán al trabajar con su empresa. La visibilidad de la cadena de suministro le muestra al cliente cada paso que dio para crear su producto y enviarlo a su puerta principal.



02. OFRECER ACTUALIZACIONES EN TIEMPO REAL

Una solución dentro de los procesos para mejorar el servicio al cliente son las actualizaciones en tiempo real.

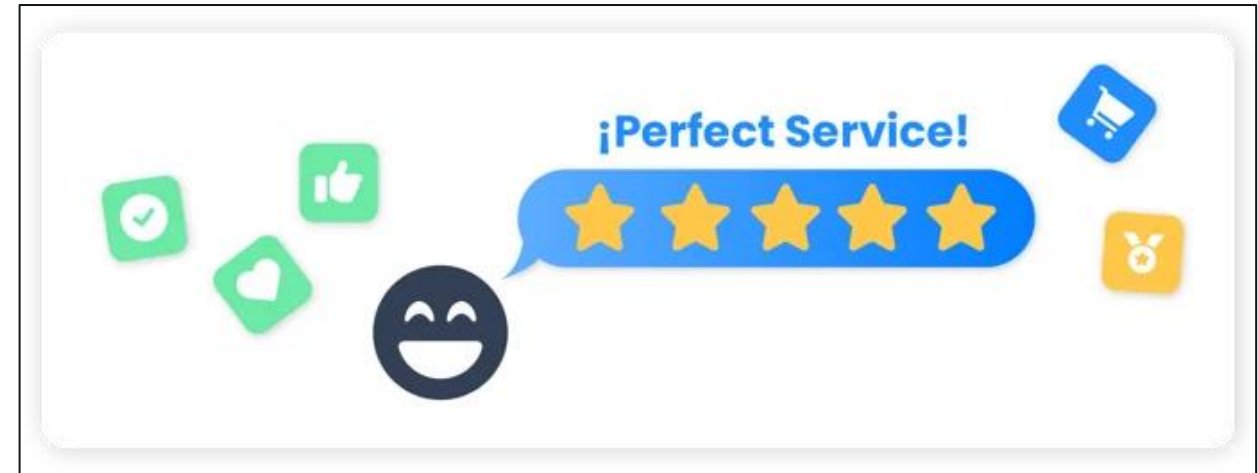
Es esencial que cuentes con la atención al cliente por SMS o por aplicación para poder enviar mensajes de texto sobre la actualización de un producto.



03. SER CONFIABLE Y CONSISTENTE

Un cliente nuevo en un negocio tendrá algunas dudas iniciales sobre la compra.

Si los nuevos clientes potenciales ven que los clientes actuales, dejan comentarios positivos sobre los tiempos de envío y la calidad de entrega del producto, es más probable que compren en el sitio web.



03. SER CONFIABLE Y CONSISTENTE



Características que debe tener un operador de Call Center

JORGE BAUTISTA
Líder de Marketing

04. USAR SOFTWARE DE PREDICCIÓN

Ayuda a las empresas a anticipar la demanda y administrar mejor las operaciones internas para cumplir los objetivos de las estrategias para mejorar el servicio al cliente externo. ¿Cuántas flotas necesitaría agregar para satisfacer la demanda? ¿Cómo debe programar las entregas, dadas las condiciones meteorológicas y de tráfico?



05. APROVECHAR LA DATA

Una estrategia de servicio al cliente excepcional debe ser una prioridad, no una ocurrencia tardía.

Aquellos que buscan mejorar el servicio al cliente deben aprovechar las innovaciones como el software de optimización, la inteligencia artificial, la robótica y el análisis de datos.



RESULTADOS DEL PROCESO

Finalmente, el trabajo del colaborador se vuelve más organizado y ágil. Se siente más seguro, lo cual se refleja directamente en su rendimiento y humor, haciendo que dirija más sus esfuerzos en ser gentil, empático y ofrecer un soporte más humano para el cliente externo.



TALLER POR EQUIPOS

LOS PARTICIPANTES SE ORGANIZARÁN EN 4 EQUIPOS DE TRABAJO DONDE CADA MIEMBRO SERÁ DE UN AREA DIFERENTE (DE PREFERENCIA)

EL TALLER RESPONDE A LA SIGUIENTE TEMATICA:

CADA EQUIPO ELABORA Y ESCENIFICA UN CASO REAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE EXTERNO REPRESENTANDO UNA ESCENA NEGATIVA Y OTRA POSITIVA, TODOS LOS MIEMBROS DEL EQUIPO INTERACTUAN EN ESCENA.

EL CASO DEBE COMTEMPLAR:

- LA MISIÓN Y LOS VALORES INSTITUCIONALES,
- LA INTELIGENCIA EMOCIONAL,
- LA EXCELENCIA DE UN EQUIPO DE ALTO RENDIMIENTO,
- LA COMUNICACIÓN ASERTIVA,
- EL SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO Y
- LA IDENTIDAD USMP.

ESTE TALLER ES CALIFICADO.



Muchas gracias por su amable atención...



fdelrosarioa@usmp.pe